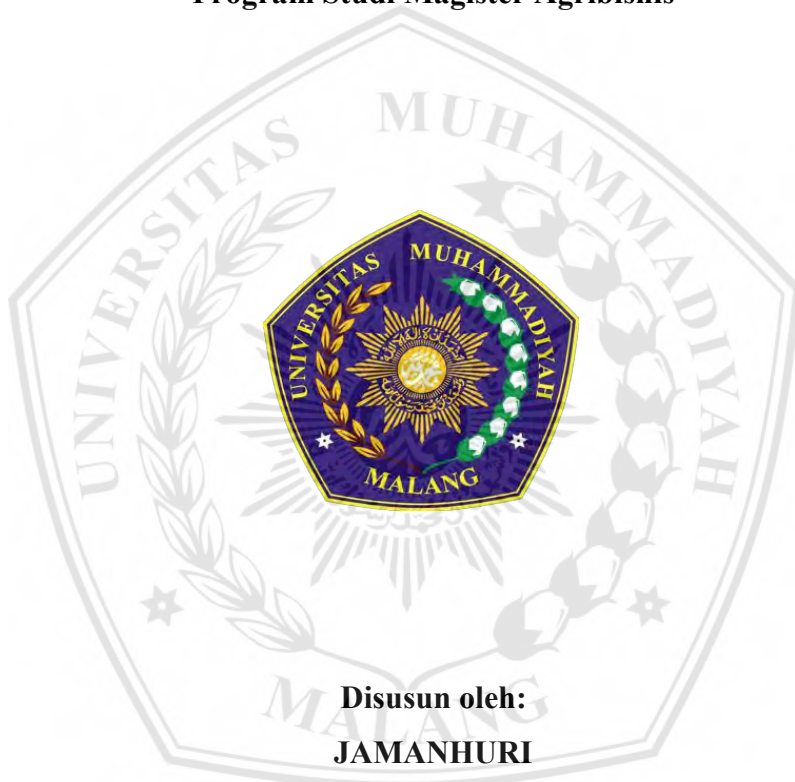


**ANALISIS KEPUTUSAN PETANI DALAM SISTEM PENJUALAN MANGGA
DI KECAMATAN BESUKI KABUPATEN
SITUBONDO**

TESIS

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-2
Program Studi Magister Agribisnis**



**Disusun oleh:
JAMANHURI**

201520390211023

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
OKTOBER 2019**

**ANALISIS KEPUTUSAN PETANI DALAM SISTEM PENJUALAN
MANGGA DI KECAMATAN BESUKI
KABUPATEN SITUBONDO**

Diajukan Oleh :

JAMANHURI
201520390211023

Telah disetujui

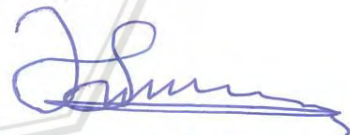
Pada hari/tanggal Senin/14 Oktober 2019

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Sutawi, MP

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. H. Adi Sutanto, MM

Direktur
Program Pascasarjana



Akhsanul Hakim, Ph.D

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis



Prof. Dr. Drh. Lili Zalizar, MS

TESIS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

JAMANHURI
201520390211023

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada hari/tanggal, Senin/**14 Oktober 2019**
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua : **Dr. Ir. Sutawi, MP**

Sekretaris : **Dr. Ir. H. Adi Sutanto, MM**

Penguji 1 : **Dr. Ir. Anas Tain, MM**

Penguji 2 : **Dr. Ir. Istis Baroh, MP**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **JAMANHURI**
NIM : **201520390211023**
Program Studi : **MAGISTER AGRIBISNIS**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Tesis dengan judul : **ANALISIS KEPUTUSAN PETANI DALAM SISTEM PENJUALAN MANGGA DI KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO** adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Oktober 2019

Yang menyatakan,


JAMANHURI

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan hidayah, taufiq dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul ANALISIS KEPUTUSAN PETANI DALAM SISTEM PENJUALAN MANGGA DI KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO. Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Agribisnis (M.Agr) pada Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Rasa terimakasih penulis berikat kepada :

1. Akhsanul In'am, Ph.D selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Drh. Lili Zalizar, MS selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Ir. Sutawi, MP selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang dengan sabar dalam membimbing, memotivasi kepada penulis dalam pelaksanaan pembuatan Tesis ini.
4. Dr. Ir. Anas Tain, MM dan Dr. Ir. Istis Baroh, MP Selaku Penguji, yang telah memberikan arahan serta masukan demi kesempurnaan dalam penyusunan Tesis.
5. Ayahanda dan ibunda tercinta serta keluarga besar yang telah mengasuh, mendidik, memotivasi dan membiayai serta mendoakan setiap hari tanpa henti yang dibarengi dengan kasih sayang sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan Tesis ini sampai selesai.
6. Buat adinda tercinta Hanik Fitria Ningrum, S.Pd., MP dan Zhafran Mecca Elrumman yang selalu setia menemani penulis dalam suka maupun duka.

Segala hormat dan rasa terima kasih penulis mengharapkan semoga Tesis ini bermanfaat bagi penulis dan mudah-mudahan bagi para pembaca. Amin ya robbal'alamin.

Malang, 14 Oktober 2019

Penulis

**ANALISIS KEPUTUSAN PETANI DALAM SISTEM PENJUALAN MANGGA
DI KECAMATAN BESUKI
KABUPATEN SITUBONDO**

Jamanhuri

201520390211023

Dosen Pembimbing Dr. Ir. Sutawi, MP dan Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M.

Mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang

email: jemsfebyan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem saluran pemasaran mangga dan untuk menganalisis faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi keputusan petani dalam sistem penjualan mangga. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Logistik yaitu untuk melihat apakah variabel independen yaitu: (X1-X7). Berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen yaitu menjual mangga dengan dikemas (Y=1) atau menjual mangga dengan tidak dikemas (Y=0). Populasi petani yang memiliki pohon mangga dan menjual mangga sebanyak 108 orang, dan sampel yang diambil sebanyak 35%. Jadi dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 32 petani, yang terdiri dari dua kelompok antara lain yaitu 19 petani yang menjual mangga dengan dikemas dan 13 petani yang menjual mangga dengan tidak dikemas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran mangga yang telah dilakukan oleh para petani mangga dikecamatan besuki yaitu dari produsen (petani) sampai ke konsumen, banyak ditemukan pelaku pasar (lembaga pemasaran) terdiri atas Pedagang Besar Pengumpul Lokal (Penebas), Pedagang Pasar Induk, Suplayer, Pedagang Pasar Tradisional, Toko/Kios buah, Pasar Moderen, dan Ekspor. Hasil regresi penelitian menunjukkan bahwa nilai *chi-square* sebesar (3,841), dan variabel independent yang mempengaruhi keputusan petani untuk menjual mangganya dengan dikemas adalah: Harga dengan nilai signifikansi (0,037) dengan OR sebesar $\exp(2,289) = 9,869$, Modal Usaha dengan nilai signifikansi (0,033) dengan OR sebesar $\exp(2,307) = 10,042$, dan Peran Penyuluhan dengan nilai signifikansi (0,036) dengan OR sebesar $\exp(2,174) = 8,792$.

Kata Kunci : *Mangga, Analisis yang mempengaruhi keputusan petani.*

**ANALYSIS OF FARMER DECISIONS IN THE MANGGA SALES SYSTEM
IN BESUKI DISTRICT, SITUBONDO DISTRICT**

Jamanhuri

201520390211023

Supervisor Dr. Ir. Sutawi, MP and Dr. Ir. H. Adi Sutanto, M.M.

Student Of Agribusiness Master's Degree Study Program At Muhammadiyah

University Malang

e-mail: jemsfebyan@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the mango marketing channel system and to analyze the socioeconomic factors that influence farmers' decisions in the mango sales system. This study uses the Logistic Regression Analysis method to see whether the independent variables are: (X1-X7). Influential or not to the dependent variable, namely selling mangoes with packaged (Y = 1) or selling mangoes without being packaged (Y = 0). The population of farmers who own mango trees and sell mangoes is 108 people, and the sample taken is 35%. So in this study, samples were taken as many as 32 farmers, consisting of two groups including 19 farmers who sell packaged mangoes and 13 farmers who sell mangoes without packaging. The results showed that the mango marketing system that was carried out by mango farmers in Besuki subdistrict, from producers (farmers) to consumers, found many market participants (marketing institutions) consisting of Large Local Collecting Traders (Penebas), Market Traders, Suplayer, Traditional Market Traders, Fruit Shops / Kiosks, Modern Markets, and Exports. The regression results showed that the chi-square value of (3,841), and the independent variables that influenced the decision of farmers to sell their mangoes in a packaged order were: Price with a significance value (0.037) with an OR of $\exp(2.228) = 9.869$, Business Capital with a significance value (0.033) with an OR of $\exp(2.307) = 10.042$, and the Role of Counseling with a significance value (0.036) with an OR of $\exp(2.174) = 8.792$.

Keywords : *Mango, Analysis that affects farmers' decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 A. PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Penelitian	1
2. Rumusan Masalah.....	3
 B. TINJAUAN PUSTAKA	
1 Penelitian Terdahulu	4
2 Saluran Pemasaran	5
3 Teori Pengambilan Keputusan	5
4 Landasan Teori	6
5 Model Peluang Linier (<i>Linier Probability Model</i>)	6
6 Kerangka Pemikiran	8
7 Hipotesis	8
 C. METODE PENELITIAN	
1 Subjek, Objek dan Tempat Penelitian	9
2 Metode Penelitian	9
3 Desain Penelitian	9
4 Metode Penarikan Sampel	9
5 Sumber Data	10
6 Operasional Variabel	10
7 Metode Analisis Data	12
 D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
1 Keadaan Umum Kecamatan Besuki	13
2 Produksi Komoditas Mangga di Kecamatan Besuki	13
3 Rantai Pemasaran Mangga	14
4 Karakteristik Responden	16
5 Petani Yang Menjual Mangga Dikemas	16

6	Petani Yang Menjual Mangga Tidak Dikemas	16
7	Luas Lahan (X1)	17
8	Tingkat Pendidikan Petani (X2)	18
9	Jumlah Tanggungan Keluarga (X3)	19
10	Pengalaman Usahatani (X4)	20
11	Modal Usahatani (X5)	21
12	Harga (X6)	22
13	Peran Penyuluhan (X7)	23
14	Analisis Faktor-faktor Keputusan Petani Dalam Menjual Mangga	23
15	Distribusi Karakteristik Demografi	23
16	Regresi Logistik	24
17	Pengujian Kelayakan Model Regresi	24
18	Perbandingan -2 <i>Log Likelihood</i>	25
19	Uji Omnibus	25
20	Uji Hosmer dan Lemeshow	26
21	Pengujian Hipotesis	27
22	Koefisien Determinasi <i>Nagelkerke R²</i>	29
 E. KESIMPULAN DAN SARAN		
1	Kesimpulan.....	29
2	Saran.....	30
 F. DAFTAR PUSTAKA		
 G. LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Produksi Buah – Buahan di Kabupaten Situbondo Tahun 2012 – 2015	2
Tabel 2 Produksi Komoditas Mangga Menurut Kecamatan di Kabupaten Situbondo Tahun 2014-2015	2
Tabel 3 Produksi Komoditas Mangga Kecamatan Besuki Pada Tahun 2010-2016	14
Tabel 4 Kode Kemasan Mangga Berdasarkan Klasifikasi Grade Ukuran Buah	16
Tabel 5 Distribusi Karakteristik Demografi	24
Tabel 6 Hasil Perbandingan $-2 \log Likelihood$	25
Tabel 7 Hasil Uji Omnibus	25
Tabel 8 Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow	26
Tabel 9 Hasil Pengujian Hipotesis	27



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	8
Gambar 2 Saluran Pemasaran Mangga	15
Gambar 3 Diagram Jumlah Sampel Menurut Luas Lahan Petani Mangga	17
Gambar 4 Diagram Jumlah Sampel Menurut Tingkat Pendidikan Petani Mangga	18
Gambar 5 Diagram Jumlah Sampel Menurut Tanggungan Keluarga Petani Mangga	19
Gambar 6 Diagram Jumlah Sampel Menurut Pengalaman Usahatani Petani Mangga	20
Gambar 7 Diagram Jumlah Sampel Menurut Modal Usahatani Petani Mangga	21
Gambar 8 Diagram Jumlah Sampel Menurut Harga Petani Mangga	22
Gambar 9 Diagram Jumlah Sampel Menurut Peran Penyuluhan Petani Mangga	23

DAFTAR LAMPIRAN

1. Draf Kuisisioner untuk Penelitian
2. Karakteristik Responden per Variabel (Petani Yang Menjual Mangga Dengan di Kemas dan Tidak di Kemas)
3. Hasil Analisis Regresi Logistic Menggunakan SPSS
4. Dokumentasi Penelitian (Petani Yang Menjual Mangga Dengan Dikemas)



PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan penghasilan pertanian di Indonesia. Sub sektor hortikultura diantaranya adalah komoditas buah-buahan, sayuran, biofarmaka dan tanaman hias, komoditas buah-buahan yang mempunyai potensi pasar dalam negeri dan ekspor adalah buah mangga. Sentra produksi mangga nasional terletak di Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Provinsi Jawa Timur menempati urutan kesatu sebagai sentra produksi mangga nasional dengan kontribusi sebesar 18,5 persen. Wilayah sentra produksi mangga di Jawa Timur terletak di Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Situbondo, Kabupaten Banyuwangi, dan Kabupaten Pasuruan. Pada tahun 2012 produksi mangga di Provinsi Jawa Timur mencapai 344.205 ton. Jumlah tersebut menunjukkan penurunan sebesar 3,6 persen atau setara dengan 12.983 ton dibandingkan produksi mangga di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2011 yaitu sebesar 357.188 ton (BPS, 2013).

Mangga merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Situbondo sehingga Kabupaten Situbondo dikenal sebagai Kota Mangga kedua setelah Kabupaten Probolinggo karena memproduksi berbagai varietas mangga. Terdapat sekitar 7 varietas mangga yang dihasilkan Kabupaten Situbondo, salah satunya mangga gadong, arum manis, dan manalagi yang paling digemari dan banyak dicari konsumen baik buah maupun bibit.

Kabupaten Situbondo merupakan dataran rendah berhawa panas yang sangat cocok bagi tanaman mangga. Tanaman mangga tumbuh baik di daerah Situbondo sehingga Kabupaten Situbondo menghasilkan buah mangga yang berkualitas baik khususnya mangga gadung yang sangat diminati oleh konsumen. Masyarakat Situbondo banyak membudidayakan tanaman mangga di tegalan. Buah mangga menjadi komoditas unggulan Kabupaten Situbondo karena produksi mangga cukup tinggi dibanding komoditas hortikultura yang lain dan memiliki rasa yang khas. Perkembangan produksi buah-buahan di Kabupaten Situbondo pada tahun 2012-2015 dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Produksi Buah – Buahan di Kabupaten Situbondo Tahun 2012 – 2015

No	Jenis Buah	Produksi (Kw)			
		2012	2013	2014	2015
1	Mangga	286.790	402.247	397.301	222.471
2	Pisang	22.384	28.177	28.554	33.889
2	Durian	1.344	5.224	1.262	1.447
4	Nangka	7.871	2.813	4.257	7.144
5	Pepaya	2.316	4.939	3.401	3.974

Sumber data: Kabupaten Situbondo Dalam Angka 2016

Berdasarkan Tabel 1 pada tahun 2014 hingga 2015 buah mangga mengalami penurunan produksi. Pada tahun 2013, buah mangga mengalami peningkatan produksi sebesar 115.457 Kw. Pada tahun 2014, buah mangga mengalami penurunan produksi sebesar 4.946 Kw, sedangkan pada tahun 2015 buah mangga mengalami penurunan produksi yang cukup signifikan yaitu sebesar 174.830 Kw. Penurunan produksi yang cukup signifikan tersebut dikarenakan petani gagal panen.

Salah satu daerah yang menjadi sentra budidaya mangga yang memiliki produksi yang cukup tinggi di Kabupaten Situbondo yaitu Kecamatan Besuki. Kecamatan tersebut merupakan sentra produksi mangga di Kabupaten Situbondo yang melayani permintaan konsumen mangga hingga keluar daerah diantaranya Bondowoso, Jember, Yogyakarta, dan Jakarta. Kecamatan Besuki juga memiliki kondisi fisik yang mendukung pengembangan hortikultura yaitu banyak lahan tegal yang cocok untuk budidaya mangga. Perkembangan produksi dan tanaman menghasilkan komoditas mangga menurut kecamatan di Kabupaten Situbondo pada tahun 2014-2015 dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Produksi Komoditas Mangga Menurut Kecamatan di Kabupaten Situbondo Tahun 2014-2015

No	Kecamatan	2014		2015	
		Produksi (kwintal)	Tan. Hasil (pohon)	Produksi (kwintal)	Tan. Hasil (pohon)
1	Besuki	65.780	164.327	32.846	164.227
2	Asembagus	12.683	53.396	884	1.747
3	Kendit	13.288	25.382	75	356
4	Bungatan	18.582	17.613	14.130	17.663
5	Arjasa	29.000	63.804	40.702	81.404
6	Jatibanteng	16.880	12.326	4.806	12.401

Sumber data: Dinas Pertanian Kabupaten Situbondo 2015

Berdasarkan Tabel 2 ada dua Kecamatan yang menjadi sentra produksi mangga di Kabupaten Situbondo yakni Kecamatan Besuki dan Arjasa. Pada tahun 2014, Kecamatan Besuki adalah Kecamatan yang memiliki paling banyak tanaman menghasilkan serta produksi mangga tertinggi dibanding Kecamatan yang lain. Pada tahun 2015, produksi mangga di Kecamatan Besuki mengalami penurunan yang cukup signifikan dari 65.780 Kw pada tahun 2014 menjadi 32.846 Kw pada tahun 2015. Pada tahun 2015, produksi mangga di Kecamatan Arjasa mengalami peningkatan sebesar 11.702 Kw serta bertambahnya jumlah tanaman menghasilkan dari 63.804 pohon pada tahun 2014 menjadi 81.404 pohon pada tahun 2015.

Pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha, tanpa adanya suatu pemasaran maka pendistribusian produksi hasil olahan maupun pertanian akan terhambat atau tidak sampai pada konsumen ataupun sasaran yang dituju. Untuk itulah pemasaran sangat penting untuk mewujudkan pembangunan pertanian Indonesia, aspek pemasaran memang penting bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, pedagang pengumpul, pedagang pasar induk (agen), eksportir, atau lainnya menjadi amat penting.

Lembaga pemasaran mangga di Kecamatan Besuki sudah terbentuk kerjasama antara petani dan pedagang besar dalam sistem penjualan mangga dengan melakukan proses pengemasan terlebih dahulu, akan tetapi masih ada petani yang belum bekerjasama dengan pedagang besar, mereka lebih menjual mangganya kepada pengumpul lokal (Penebas) tanpa melakukan proses pengemasan terlebih dahulu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dalam penelitian ini dirumuskan beberapa masalah yaitu :

1. Bagaimana sistem saluran pemasaran mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan petani dalam sistem penjualan mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Ekawati, (2008) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pemasaran Mangga Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu”. Marjin pemasaran yang paling besar dari keempat jenis mangga adalah jenis mangga Gedong, yaitu sebesar Rp 2750,00/kg, paling kecil adalah jenis mangga Arumanis sebesar Rp 975,00/kg. Marjin pemasaran pada saluran I yang paling rendah yaitu pada mangga Arumanis sebesar Rp975,00/kg dengan *farmer's share* sebesar 51,25%, paling besar dan bagian yang diterima petani besar adalah mangga Gedong, yaitu sebesar Rp2750,00/kg dengan *farmer's share* 42,10%. Saluran pemasaran II yang paling rendah *farmer's share*nya adalah mangga Arumanis, yaitu sebesar 28,26%. Saluran pemasaran efisien karena memiliki marjin yang rendah yaitu sebesar Rp 500,00/kg dan *farmer's share* yang tinggi, yaitu sebesar 66,67%. Dari penelitian di atas terdapat tiga macam saluran pemasaran yaitu :

1. Petani – Pedangan Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Kabupaten Indramayu.
2. Petani – Penebas – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen Luar Kabupaten Indramayu.
3. Petani – Kelompok Tani Buah Madu.

Saluran pemasaran yang paling banyak digunakan petani adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar 48,72%.

Rani Andriani (2019) dalam penelitian tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga dalam Pemilihan Pasar di Kabupaten Indramayu. Dari tujuh belas faktor yang diduga mempengaruhi keputusan petani dalam pemilihan pasar hanya lima faktor yang berpengaruh nyata, yaitu pendidikan petani dengan odd ratio 0,614, artinya petani dengan tingkat pendidikan berpeluang 0,614 kali lebih tinggi untuk menjual hasil panennya ke pasar formal, penyuluhan dengan odd ratio 26,168, artinya petani yang lebih sering mengikuti kegiatan penyuluhan berpeluang 26,168 kali lebih tinggi untuk menjual hasil panennya ke pasar formal, Akses informasi dengan odd ratio 3,197 artinya petani yang lebih mudah mendapatkan informasi mengenai peluang pasar mangga berpeluang 3,197 kali lebih tinggi untuk menjual hasil panennya ke pasar formal, Syarat kualitas produk dengan

odd ratio 4,617 artinya petani yang dapat memenuhi syarat kualitas produk yang diinginkan pasar berpeluang 4,617 kali lebih tinggi untuk menjual hasil panennya ke pasar formal, Keterikatan petani terhadap sumber pembiayaan tertentu berpengaruh terhadap keputusan petani dalam pemilihan pasar. Sebagian petani memiliki keterikatan bantuan sarana produksi pertanian sehingga petani harus menjual hasil panennya kepada pemberi modal.

Saluran Pemasaran

Swastha dan Sukotjo (2000), mendefinisikan saluran pemasaran merupakan saluran distribusi yang terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi atau saluran pemasaran merupakan suatu alur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Saluran pemasaran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, pedagang besar, pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk atau jasa. Dalam rangka kegiatan memperlancar arus barang/jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran pemasaran yang akan digunakan dalam rangka usaha pemasaran barang-barang/jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Yang disebut dengan saluran pemasaran adalah lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan untuk meyalurkan/penyampaian barang-barang/jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Distributor-distributor/penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tetapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli oleh konsumen.

Teori Pengambilan Keputusan

Respon terhadap resiko berdasarkan pada kekuatan kepercayaan personal atas peluang terjadinya suatu kejadian dan evaluasi personal atas potensi konsekuensi yang menyertainya. Konsep tersebut konsisten dengan konsep maksimalisasi *Utility* personal dimana individu senantiasa memaksimumkan kesejahteraannya (*Welfare*) terhadap personal obyektif (kendala personal). Asumsinya adalah preferensi antara berbagai alternative pilihan yang disebut sebagai *certainty equivalent* (CE).

Asumsinya tersebut memungkinkan alternative yang beresiko tinggi dan diletakkan dalam skala preferensi personal pengambilan keputusan.

Dalam kenyataan tidak ada orang yang mampu secara tepat memprediksi apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Pada sector pertanian aktivitas produksi selalu dihadapkan pada situasi ketidakpastian dan resiko yang bersumber pada faktor alam sehingga sulit bagi petani mengambil keputusan usaha taninya. Pengambilan keputusan usaha taninya akan ada pemilihan alternative keputusan terbaik yang didasarkan pada sifat pembawaan keputusan (*Utility*) yang diterima oleh petani dari hasil keluaran (*output*).

Kebanyakan keputusan pertanian masih diambil oleh petani selaku individu, tetapi keputusan itu diambilnya dalam kedudukannya sebagai kepala dari sebuah keluarga. Sehubungan dengan hasratnya untuk melakukan apa yang dapat dilakukan untuk anggota keluarganya, juga pengaruh anggota keluarga itu terhadap dirinya ikut menentukan dalam pengambilan keputusan ini karena ketergantungan mereka pada hasil usahatani, maka anggota keluarga mungkin mendesak sang petani untuk mengambil keputusan tertentu untuk melaksanakan suatu teknik tertentu. Sebaliknya hasrat petani itu sendiri untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik bagi keluarganya, di dalam banyak hal merupakan dorongan yang efektif untuk mempertinggi hasil usaha taninya.

Landasan Teori

Model Peluang Linier (*Linier Probability Model*)

Karena keputusan petani dalam melakukan pemasaran secara dikemas / atau tidak dikemas pada usahatani mangga merupakan variabel tak bebas yang bersifat dummy, maka akan dicoba dilakukan dengan model linier. Bentuk fungsional dari model peluang linier lain merupakan model regresi dengan variabel-variabelnya merupakan variabel dummy (dapat salah satu variabel tak bebas dan variabel bebas yang bersifat dummy). Dengan kata lain model peluang linier mengambil bentuk regresi linier dengan variabel tak bebas bersifat dummy, sedangkan variabel bebas dapat mengambil bentuk salah satu, dummy atau tidak. Bentuk model peluang linier :

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + u_i \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

X_i = nilai dari atribut untuk individu (obyek pengamatan) ke- I, seperti tingkat pendidikan, pengalaman usaha tani, jumlah tanggungan keluarga, luas lahan, modal, harga, peran penyuluhan dan lainnya.

Y_i = Keputusan petani dalam menjual mangga

$Y = 1$ Jika petani menjual mangga dengan dikemas

$Y = 0$ Jika petani menjual mangga dengan tidak dikemas

U_i = galat (*error*) yang timbul pada pengamatan ke- I yang diasumsikan sebagai variabel acak yang berdistribusi secara bebas dengan nilai tengah sama dengan nol.

Interprestasi dari persamaan (1) sebagai model peluang linier disebabkan karena : $E(Y_i) = \alpha + \beta X_i$ karena Y_i hanya mengambil dua nilai tertentu, yaitu 1 dan 0, maka dapat ditunjukkan bahwa distribusi peluang dari variabel Y adalah : $P_i = P(Y_i = 1)$ dan $1 - P_i = P(Y_i = 0)$ sehingga $E(Y_i) = 1(P_i) + 0(1 - P_i) = p_i$. Dengan demikian, persamaan regresi dapat diinterpretasikan sebagai menggambarkan peluang bahwa seorang individu akan melakukan pilihan terhadap option tertentu berdasarkan informasi tertentu dari variabel X, misalnya berdasarkan modal usahatani.

Dengan kata lain, berdasarkan nilai variabel X tertentu, kita dapat menentukan peluang seorang untuk cenderung memilih option tertentu. Koefisien regresi (*slope*) menunjukkan pengaruh pada peluang pilihan dari individu apabila nilai variabel X berubah satu unit. Secara formal, model peluang linier sering ditulis dalam bentuk berikut :

$$P_i = \begin{cases} \alpha + \beta X_i & \text{bila } 0 < \alpha + \beta X_i < 1 \\ 1 & \text{bila } \alpha + \beta X_i \geq 1 \\ 0 & \text{bila } \alpha + \beta X_i \leq 0 \end{cases} \dots \dots \dots (1)$$

Model peluang linier memiliki nilai harapan galat $E(u_i^2) = 0$ dan ragam (1_i^2) sebesar : $(1_i^2) = E(u_i^2) = E(Y_i) [1 - E(Y_i)] = P_i (1 - P_i)$

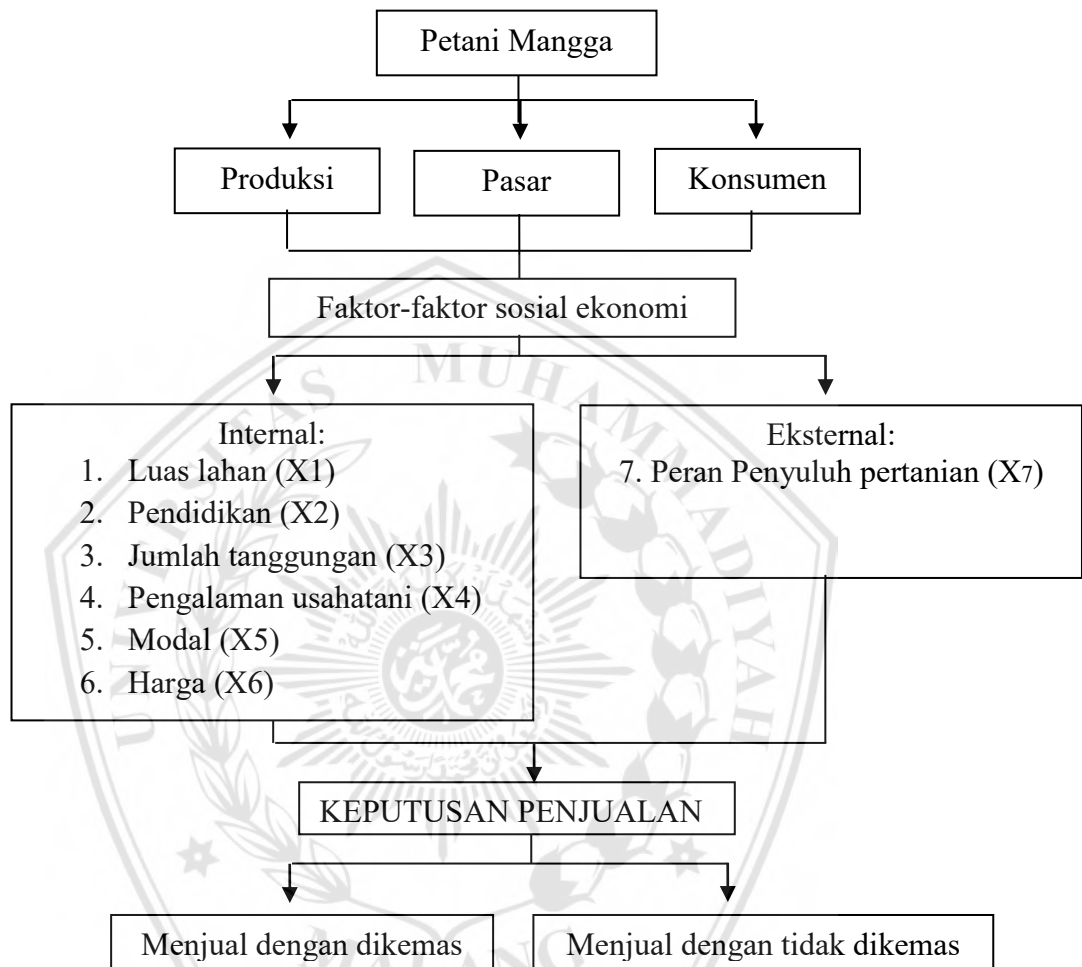
Untuk keperluan pengolahan (pengelompokan) agar mengetahui sejauh mana ketepatan model linier tersebut, maka dapat digunakan aturan berikut:

$$\text{Penggolongan} = \begin{cases} \text{kelompok pertama } (Y = 1) & \text{jika } Y > 1/2 \\ \text{kelompok kedua } (Y = 0) & \text{jika } Y \leq 1/2 \end{cases} \dots \dots (2)$$

Sebagaimana halnya dengan model regresi linier, maka model dugaan peluang linier adalah : $Y_i = a + b X_i \dots \dots \dots (2)$

Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian Analisis Keputusan Petani Dalam Sistem Penjualan Mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas diduga ada faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi keputusan petani untuk menjual mangga dengan dikemas adalah : Luas lahan (X1), Pendidikan (X2), Jumlah tanggungan (X3), Pengalaman usahatani (X4), Modal (X5), Harga (X6), dan Peran Penyuluh pertanian (X7).

METODE PENELITIAN

Subjek, Objek dan Tempat Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah para petani mangga yang menjual mangga secara dikemas maupun tidak dikemas. Sebagai objek penelitian, Analisis Regresi Logistik digunakan untuk menganalisis keputusan petani dalam sistem penjualan mangga. Adapun tempat penelitian dilaksanakan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo, dimana daerah tersebut merupakan salah satu daerah berpotensi sebagai sentra pengembangan mangga. Waktu penelitian mulai bulan Juni sampai bulan Agustus 2019.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Desain penelitian yang disusun adalah desain penelitian deskriptif yaitu untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah keunggulan kompetitif dan komparatif sistem pemasaran mangga. Disamping itu, penelitian juga akan menunjukkan simulasi efek perubahan input dan output usahatani mangga. Hasil penelitian akan menjelaskan secara objektif dan evaluatif terhadap sistem pemasaran mangga, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan kebijakan pertanian.

Metode Penarikan Sampel

Tahap awal menentukan populasi petani mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo dari data sekunder untuk mengetahui sistem pemasaran mangga di Kecamatan Besuki. Data primer dengan menentukan responden dilakukan secara *cluster random sampling* yaitu sampel diambil berdasarkan populasi dalam penelitian ini adalah petani yang memiliki kebun mangga dan menjual mangga, survey awal diketahui jumlah populasi sebanyak 108 orang yang terdiri dari petani menjual mangga dengan dikemas dan petani menjual mangga tidak dikemas, maka sampel yang diambil sebanyak 35% yaitu 32 petani. Dari 108 jumlah populasi petani yang memiliki kebun mangga dan menjual mangga terdiri dari 2 kelompok petani, yaitu 19 petani yang menjual mangganya dengan dikemas dan 13 petani yang menjual mangganya dengan tidak dikemas. Karena dalam penelitian ini jumlah petani mangga yang menjual mangganya dengan dikemas sebanyak 19 petani, maka peneliti mengambil keseluruhan petani tersebut untuk dijadikan sampel dan kekurangannya

peneliti mengambil sampel dari petani yang menjual mangganya dengan tidak dikemas sebanyak 13 petani. Jadi dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 32 petani yang menjual mangga.

Sumber Data

Jenis data yang diperoleh dari penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer di peroleh dari wawancara kepada petani, informan dan pengusaha yang terlibat langsung dalam kegiatan pemasara mangga di Kecamatan Besuki. Data sekunder dikumpulkan dari studi literatur, dokumen hasil penelitian pada instansi pertanian, BPS, dan instansi terkait lainnya yang berupa hasil penelitian sejenis baik komoditas ataupun alat analisis.

Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel utama penelitian ini didefinisikan dan ukurannya secara operasional adalah sebagai berikut:

1. Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian, dalam penelitian ini yang menjadi objek yaitu petani yang memiliki kebun mangga dan menjual mangganya secara dikemas maupun tidak dikemas
2. Kebun mangga adalah lahan yang dipergunakan oleh petani untuk menanam dan membudidayakan tanaman mangga
3. Sampel adalah sebagian dari populasi, sampel dari penelitian ini yaitu petani yang menjual mangga dikemas dan petani yang menjual mangga tidak dikemas
4. Petani mangga adalah petani yang memiliki kebun mangga yang setiap tahunnya selalu dibudidayakan dan telah menjadi mata pencaharian petani mangga kecamatan besuki kabupaten situbondo
5. Kebun mangga adalah lahan yang telah ditanami pohon mangga oleh petani dan jumlah pohon mangga dalam 1 kebun > 50 pohon mangga yang ditanam
6. Keputusan petani adalah suatu tindakan dalam mengambil keputusan untuk menjual mangganya dengan dikemas atau menjual mangganya tidak dikemas
7. Sistem Pemasaran adalah cara yang dilakukan oleh petani dalam memasarkan mangganya, dijual dengan dikemas atau dijual dengan tidak dikemas
8. Sistem penjualan dikemas adalah petani yang melakukan kerjasama dengan pihak pedagang besar (pengumpul) dalam proses pengemasan dan pemasaran mangganya

9. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang berhubungan langsung dengan para petani dalam menjual mangganya
10. Pedagang besar adalah pedagang yang melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer
11. Pedagang pengecer adalah lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen
12. Sistem penjualan tidak dikemas adalah petani yang tidak melakukan kerjasama dengan pihak pengepul dalam proses pengemasan dan pemasaran mangganya
13. Luas lahan petani adalah luas tanah yang digarap oleh petani untuk usahatani mangga yang diukur dengan satuan Ha dan diukur menggunakan dummy untuk luas lahan yang $> 1 \text{ Ha} = 1$ dan untuk $< 1 \text{ Ha} = 0$
14. Pendidikan petani adalah tingkat pendidikan formal yang pernah dicapai oleh responden, diukur dengan menggunakan angka. Angka 6 apabila petani lulusan SD, angka 9 apabila petani lulusan SLTP, angka 12 apabila petani lulusan SLTA, dan angka 16 apabila petani lulusan Sarjana, dan diukur menggunakan dummy untuk pendidikan yang $> 12 = 1$ dan untuk $< 12 = 0$
15. Jumlah tanggungan keluarga petani adalah jumlah anggota keluarga yang tinggal serumah dengan petani dan biaya hidupnya di tanggung petani diukur dengan banyaknya orang yang ada, dan diukur menggunakan dummy untuk jumlah tanggungan keluarga yang $> 4 \text{ orang} = 1$ dan untuk $< 4 \text{ orang} = 0$
16. Pengalaman usahatani adalah lama waktu petani berusaha di komoditas pertanian yang dilakukannya yang diukur dengan satuan tahun, dan diukur menggunakan dummy yaitu untuk pengalaman yang $> 7 \text{ Th} = 1$ dan $< 7 \text{ Th} = 0$
17. Modal petani adalah total uang yang dipergunakan untuk kegiatan usahatani dalam waktu satu kali musim tanam / panen yang diukur dengan satuan rupiah dan diukur menggunakan dummy yaitu untuk modal yang $> 10 \text{ juta} = 1$ dan $< 10 \text{ juta} = 0$
18. Harga adalah nilai jual mangga yang diperoleh oleh petani dalam hitungan kilogram (Kg) mangga yang diukur dengan satuan rupiah dan diukur menggunakan dummy yaitu untuk harga yang $> 10 \text{ Rp/1 Kg} = 1$ dan $< 10 \text{ Rp/1 Kg} = 0$
19. Peran penyuluhan adalah kegiatan penyuluhan pertanian yang dilakukan penyuluhan pertanian lapang (PPL) terhadap petani mangga yang diukur

menggunakan dummy yaitu untuk yang mendapatkan peran penyuluhan yang > 3
Kali = 1 dan < 3 Kali = 0

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama adalah bentuk model peluang linier:

1. Bentuk model peluang linier

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + U_i$$

Dimana:

Y_i = Keputusan petani dalam menjual mangga

$Y = 1$ Jika petani menjual mangga dengan dikemas

$Y = 0$ Jika petani menjual mangga dengan tidak dikemas

α = Koefisien regresi (slope)

X_i = Nilai dari atribut untuk individu (objek pengamatan) ke- i ; dimana:

X_1 = Luas Lahan Petani

$X_1 = 1$ Jika luas lahan > 1 Ha

$X_1 = 0$ Jika luas lahan < 1 Ha

X_2 = Pendidikan Petani

$X_2 = 1$ Jika pendidikan > 12

$X_2 = 0$ Jika pendidikan < 12

X_3 = Jumlah Tanggungan Keluarga

$X_3 = 1$ Jika jumlah tanggungan > 3 orang

$X_3 = 0$ Jika jumlah tanggungan < 3 orang

X_4 = Pengalaman Usahatani

$X_4 = 1$ Jika pengalaman > 7 Th

$X_4 = 0$ Jika pengalaman < 7 Th

X_5 = Modal Petani

$X_5 = 1$ Jika modal > 10 juta

$X_5 = 0$ Jika modal < 10 juta

X_6 = Harga

$X_6 = 1$ Jika harga > 10 Rb/1 Kg

$X_6 = 0$ Jika harga < 10 Rb/1 Kg

X_7 = Peran Penyuluhan

$X_7 = 1$ Jika peran penyuluhan > 3 Kali

$X_7 = 0$ Jika peran penyuluhan < 3 Kali

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Kecamatan Besuki

Kecamatan Besuki merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Situbondo yang letaknya berada di bagian barat Kabupaten Situbondo. Kecamatan Besuki terdiri dari 10 desa, yaitu: desa Bloro, desa Langkap, desa Blimbing, desa Widoropayung, desa Sumberejo, desa Jetis, desa Kalimas, desa Demung, desa Pesisir, dan desa Besuki. Luas Kecamatan Besuki adalah 26.08 km². Luas wilayah menurut desa terluas adalah desa Blimbing Dengan luas 4.97 km². Sedangkan luas desa yang terkecil adalah desa Pesisir yaitu 0.56 km².

Keadaan tanah menurut teksturnya, pada umumnya tergolong sedang 96,26 %, tergolong halus 2,75 %, dan tergolong kasar 0,99 %. Drainase tanah tergolong tidak tergenang 99,42 %, kadang-kadang tergenang 0,05 % dan selalu tergenang 0,53 %. Jenis tanah daerah ini berjenis antara lain alluvial, Regosol, Gleysol, Renzine, Grumosol, Mediteran, Latosol dan Andosol.

Kecamatan Besuki mempunyai ketinggian antara 0 –1.250 m/dpl, dengan 3 - 4 bulan basah dan 8 s/d 9 bulan kering pertahun (puncak musim kering antara Juli – September), serta curah hujan rata-rata per tahun 994 –1.503 mm. Kelembaban rata-rata antara 76,10 % sampai 90.92%.

Produksi Komoditas Mangga di Kecamatan Besuki

Salah satu daerah yang menjadi sentra budidaya mangga yang memiliki produksi yang cukup tinggi di Kabupaten Situbondo yaitu Kecamatan Besuki. Kecamatan tersebut merupakan sentra produksi mangga di Kabupaten Situbondo yang melayani permintaan konsumen mangga hingga keluar daerah diantaranya pasar induk DKI, pasar induk Bandung, Banyuwangi, dan Jember. Perkembangan produksi komoditas mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo pada tahun 2010-2016 dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Produksi Komoditas Mangga Kecamatan Besuki Pada Tahun 2010-2016

No	Tahun	Produksi (Kwintal)
1	2010	29.158
2	2011	36.276
3	2012	32.645
4	2013	36.954
5	2014	44.743
6	2015	53.221
7	2016	58.947

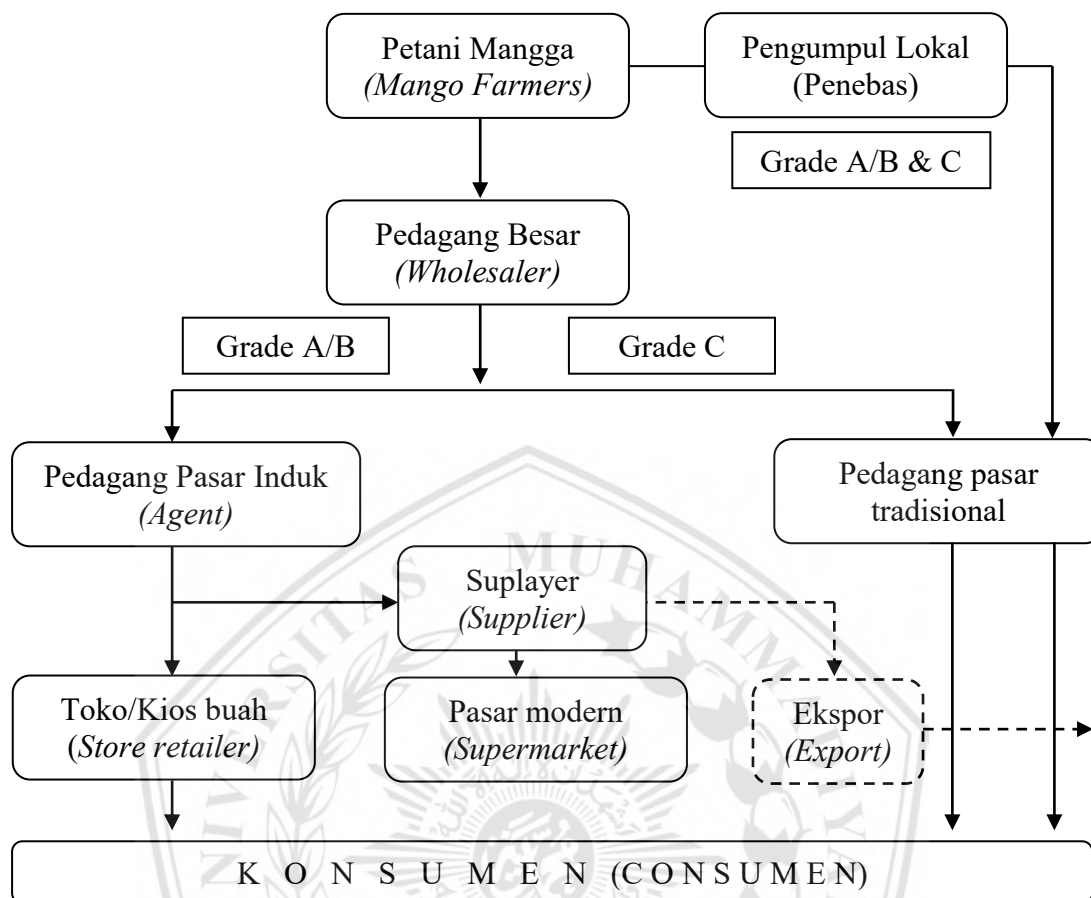
Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Situbondo, 2016.

Tabel 3 produksi mangga dari tahun 2010 – 2016 menunjukkan bahwa produksi mangga mengalami fluktuatif antara tahun 2011, 2013 sampai dengan tahun 2016 menunjukkan tren yang positif atau mengalami kenaikan produksi mangga, sementara tahun 2012 menunjukkan tren yang negative atau penurunan produksi mangga.

Rantai Pemasaran Mangga

Rantai pemasaran mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo yang ada sekarang tampaknya telah terbentuk sejak lama, mulai dari tingkat pedagang pengumpul lokal hingga pedagang besar dan pedagang pengecer. Rantai pemasaran mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo secara umum adalah Sebagai Berikut:

1. Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pasar Induk – Kios Buah – Konsumen.
2. Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pasar Induk – Suplayer – Pasar Modern - Konsumen.
3. Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pasar Induk – Suplayer – Ekspor - Konsumen.
4. Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pasar Tradisional –Konsumen.
5. Petani – Pengumpul Lokal (Penebas) – Pedagang Pasar Tradisional – Konsumen.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Mangga

Pedagang pasar induk (agen) merupakan titik awal pendistribusian mangga, mereka menjual mangga grade A dan B dalam satu kelas (grade A/B), sedangkan grade C dijual ke pasar tradisional. Dari pasar induk, mangga A/B dijual ke beberapa pedagang pengecer tradisional, toko/kios buah dan suplayer pasar modern. Petani tidak bisa menjual langsung ke pasar induk karena ada persyaratan yang sulit dipenuhi seperti jumlah volume penjualan dan kontinuitas pengiriman sedangkan penjualan langsung ke suplayer terkendala oleh ketidaktahuan prosedurnya.

Dalam memasarkan mangga grade C, pedagang besar dapat langsung memasarkan ke pedagang pengecer pasar tradisional, disamping itu grade C mempunyai kualitas paling rendah, cepat rusak/busuk dan banyak cacat fisik (akibat panen maupun gangguan hama lalat buah) sehingga harus cepat sampai ke konsumen. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima oleh konsumen sehingga membutuhkan saluran tataniaga yang pendek.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri individu yang ada pada responden yang membedakan dengan individu yang lain, dalam hal ini karakteristik responden antara lain petani yang menjual mangga secara dikemas, petani yang menjual mangga secara tidak dikemas, Luas lahan, Pendidikan, Jumlah tanggungan, Pengalaman usahatani, Modal, Harga, dan Peran Penyuluh Pertanian.

Petani Yang Menjual Mangga Dikemas

Petani yang menjual mangga dengan dikemas adalah petani yang sudah bekerjasama dengan pihak pedagang besar dalam sistem pemasaran mangga, mangga yang telah dipanen oleh petani akan dibawa ke gudang mangga untuk dilakukan sortasi terlebih dahulu sesuai grade mangga, untuk mangga yang rusak di pisahkan dengan mangga yang mulus, setelah sortasi buah mangga akan disiram menggunakan air untuk menghilangkan getah yang dapat menurunkan mutu terutama jika buah akan dipasarkan di pasar induk, swalayan atau luar negeri. Buah mangga yang akan dipasarkan akan di peram terlebih dahulu dengan cara mengemas mangga menggunakan kotak mangga dan mangga yang dikemas akan diberi kode kemasan disesuaikan berdasarkan klasifikasi kelas ukuran (Grade) buah yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Kode Kemasan Mangga Berdasarkan Klasifikasi Grade Ukuran Buah

Jenis Mangga	Kode Kemasan	
	Grade A/B	Grade C
Arum Manis	JOS	JOS O2
Gadung	BOM	BOM O2
Manalagi	ML	ML O2
Golek	GL	GL O2
Mangga Campuran	CB	CB O2

Sumber: Data Primer diolah, 2019.

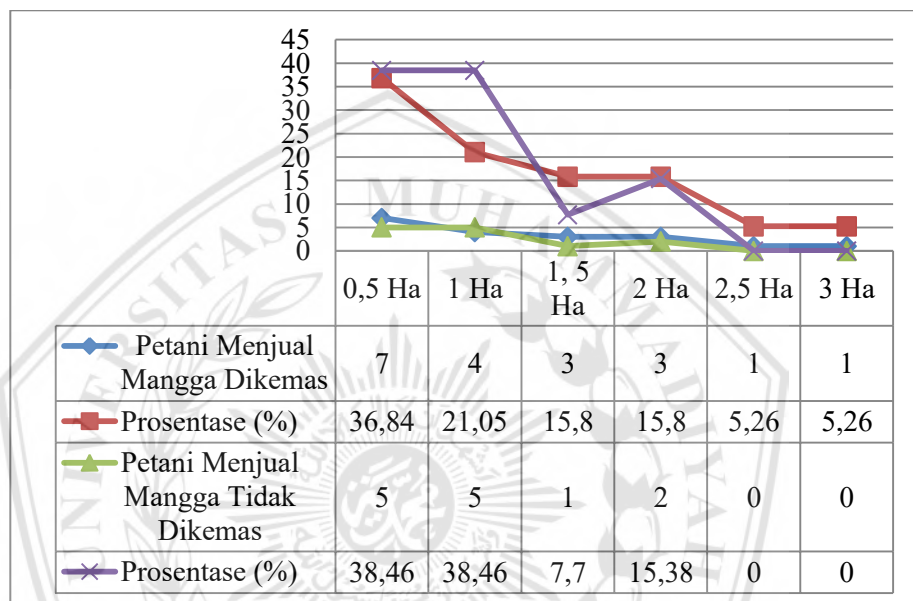
Petani Yang Menjual Mangga Tidak Dikemas

Petani yang menjual mangga dengan tidak dikemas adalah petani yang tidak bekerjasama dengan pihak pedagang besar dalam sistem pemasaran mangga, padahal luas lahan mangga yang dimiliki oleh petani tersebut relatif luas, rata rata luas lahan yang mereka miliki kurang lebih 1 Ha dan mangga yang telah dipanen oleh petani tersebut tidak dilakukan proses pengemasan akan tetapi dijual langsung ke pasar tradisional daerah setempat seperti pasar tradisional Situbondo, Bondowoso, dan

Jember. Ada juga petani yang menjual hasil panennya dengan cara mereka membuka lapak dipinggir jalan raya. Petani yang menjual mangganya dengan tidak dikemas ini sering kali mengalami kerugian dikarenakan mangga yang dijual sering kali membusuk karena lamanya untuk terjual.

Luas Lahan Petani (X1)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi sampel petani mangga menurut luas lahan di Kecamatan Besuki adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah, 2019.

Gambar 3. Diagram Jumlah Sampel Menurut Luas Lahan Petani Mangga

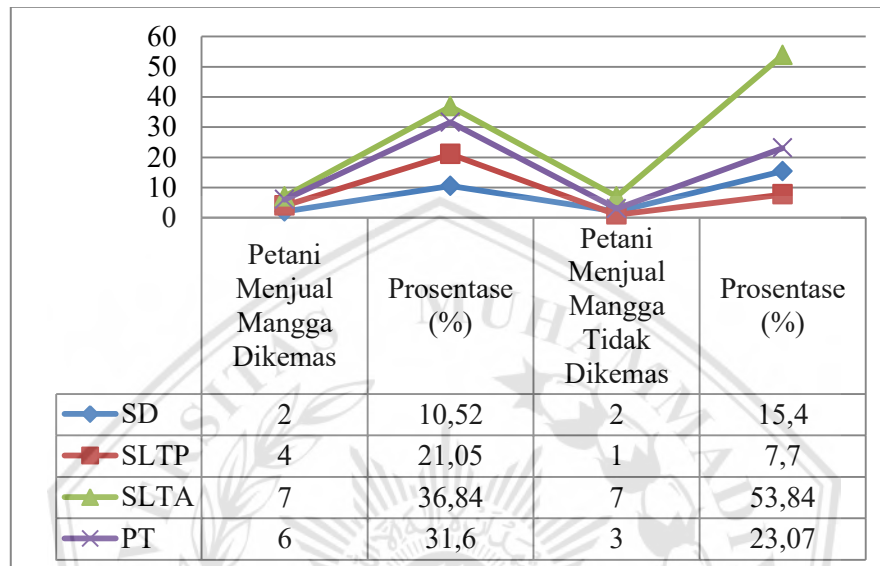
Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa rata-rata petani menjual mangga dengan dikemas yang mempunyai lahan seluas 0,5 Ha sebanyak 7 orang dengan prosentase sebesar 36,84%, luas lahan 1 Ha sebanyak 4 orang dengan prosentase sebesar 21,05%, luas lahan 1,5 Ha sebanyak 3 orang dengan prosentase 15,80%, luas lahan 2 Ha sebanyak 3 orang dengan prosentase 15,80%, luas lahan 2,5 Ha sebanyak 1 orang dengan prosentase 5,26%, dan luas lahan 3 Ha sebanyak 2 orang dengan prosentase sebesar 5,26%.

Luas lahan untuk petani menjual mangga dengan tidak dikemas yang mempunyai lahan seluas 0,5 Ha sebanyak 5 orang dengan prosentase sebesar 38,46%, luas lahan 1 Ha sebanyak 5 orang dengan prosentase sebesar 38,46, luas lahan 1,5 Ha

sebenyak 1 orang dengan prosentase 7,70%, luas lahan 2 Ha sebenyak 2 orang dengan prosentase 15,38%.

Tingkat Pendidikan Petani (X2)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi sampel petani mangga menurut tingkat pendidikan di Kecamatan Besuki adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah, 2019.

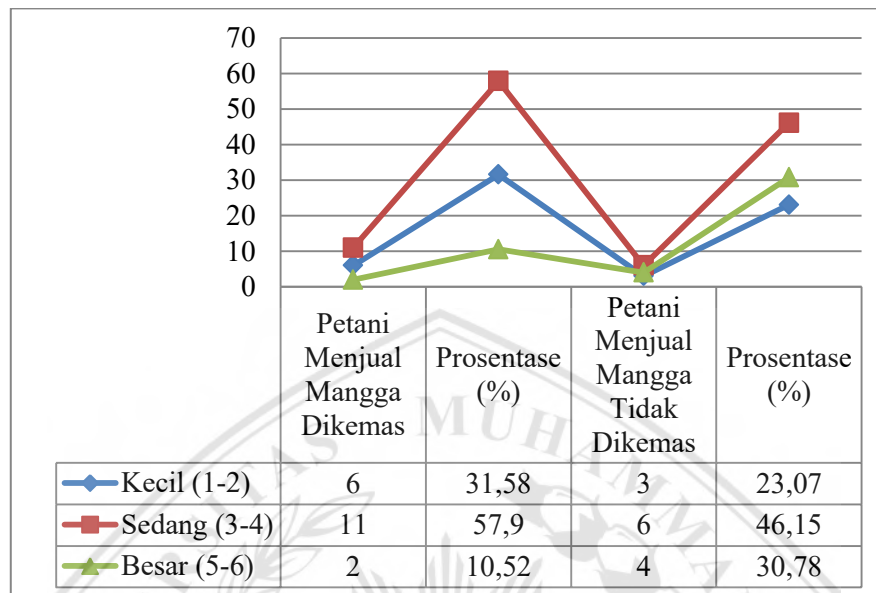
Gambar 4. Diagram Jumlah Sampel Menurut Tingkat Pendidikan Petani Mangga

Berdasarkan Gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani menjual mangga dengan dikemas untuk tingkat pendidikan SD dengan prosentase 10,52% yaitu 2 orang, tingkat pendidikan SLTP dengan prosentase 21,05% yaitu 4 orang, tingkat pendidikan SLTA dengan prosentase 36,84% yaitu 7 orang, dan tingkat pendidikan PT dengan prosentase 31,60% yaitu 6 orang.

Tingkat pendidikan petani menjual mangga dengan tidak dikemas untuk tingkat pendidikan SD dengan prosentase 15,40% yaitu 2 orang, tingkat pendidikan SLTP dengan prosentase 7,70% yaitu 1 orang, tingkat pendidikan SLTA dengan prosentase 53,84% yaitu 7 orang, dan tingkat pendidikan PT dengan prosentase 23,07% yaitu 3 orang.

Jumlah Tanggungan Keluarga (X3)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi sampel petani mangga menurut tanggungan keluarga di Kecamatan Besuki adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah, 2019.

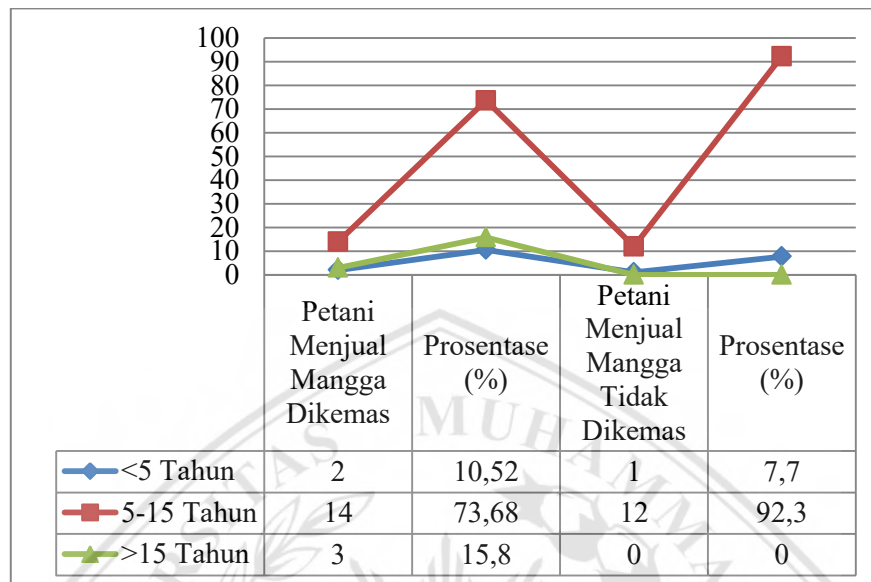
Gambar 5. Diagram Jumlah Sampel Menurut Tanggungan Keluarga Petani Mangga

Berdasarkan Gambar 5 dapat dijelaskan jumlah tanggungan keluarga terbesar pada petani menjual mangga dengan dikemas adalah pada golongan sedang (3-4) sejumlah 11 orang dengan prosentase sebesar 57,90%, golongan besar kedua adalah golongan jumlah tanggungan kecil (1-2) sejumlah 6 orang dengan prosentase sebesar 31,58% sisanya golongan keluarga besar (5-6) sejumlah 2 orang dengan prosentase 10,52%.

Tanggungan keluarga petani menjual mangga dengan tidak dikemas golongan terbesar jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah tanggungan sedang (3-4) sejumlah 6 orang dengan prosentase sebesar 46,15%, tanggungan kecil (1-2) sejumlah 3 orang dengan prosentase sebesar 23,07%, dan sisanya adalah golongan tanggungan keluarga besar (5-6) sejumlah 4 orang dengan prosentase 30,78%.

Pengalaman Usahatani (X4)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi petani menurut tingkat pengalaman usahatani di Kecamatan Besuki sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah 2019.

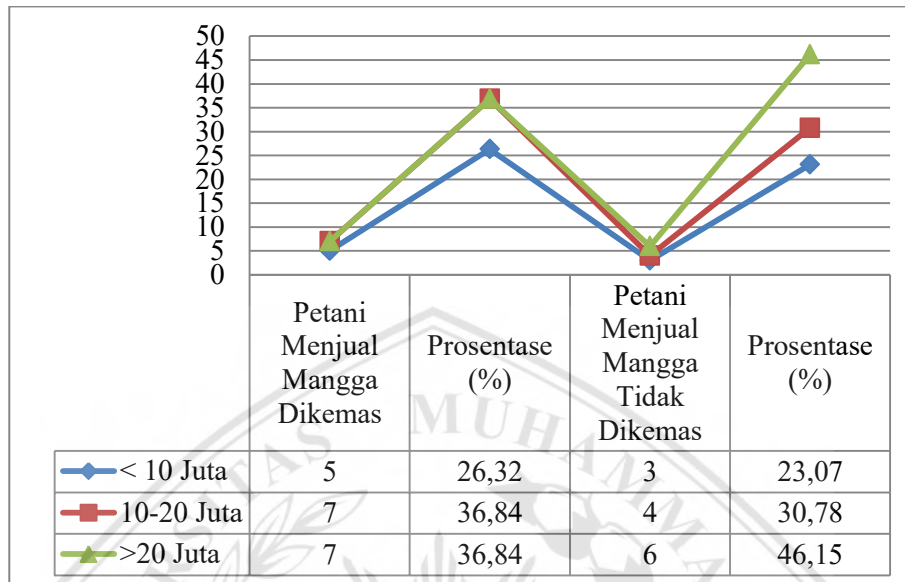
Gambar 6. Diagram Jumlah Sampel Menurut Pengalaman Usahatani Petani Mangga

Berdasarkan Gambar 6 dapat dijelaskan bahwa lama usahatani petani menjual mangga dengan dikemas golongan terbesar pada kelompok 5-15 tahun sejumlah 14 orang dengan prosentase sebesar 73,68%, golongan kedua pada kelompok > 15 tahun sejumlah 3 orang dengan prosentase 15,80%, sisanya ada dikelompok < 5 tahun sejumlah 2 orang dengan prosentase sebesar 10,52%.

Pengalaman usahatani petani menjual mangga dengan tidak dikemas golongan terbesar pada kelompok 5-15 tahun sejumlah 12 orang dengan prosentase sebesar 92,30%, golongan kedua pada kelompok lama usahatani < 5 tahun sejumlah 1 orang dengan prosentase sebesar 7,70%, sisanya ada dikelompok > 15 tahun sejumlah 0 orang dengan prosentase sebesar 0%. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata pengalaman usahatani sampel baik petani menjual mangga dengan dikemas maupun petani menjual mangga dengan tidak dikemas adalah 5-15 tahun.

Modal Usahatani (X5)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi sampel petani mangga menurut modal usahatani di Kecamatan Besuki adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah, 2019.

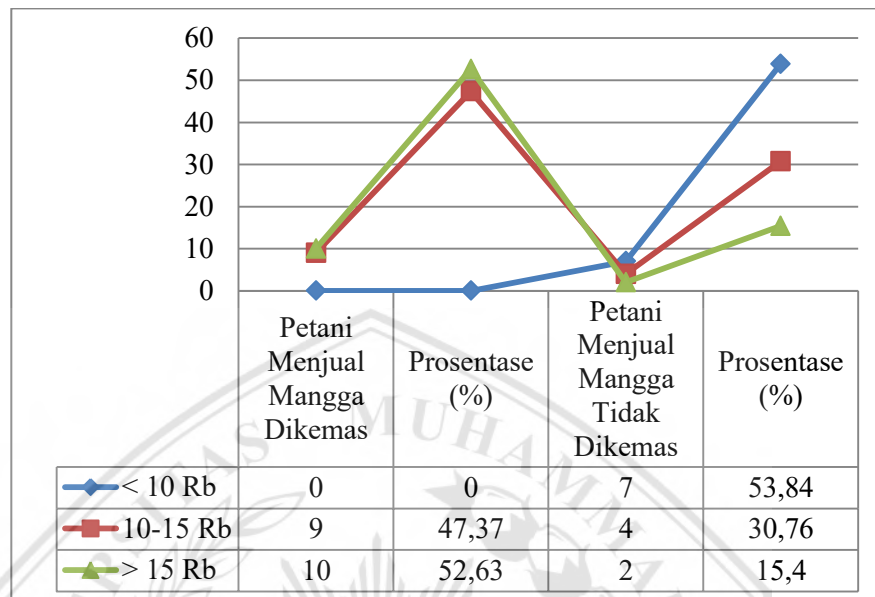
Gambar 7. Diagram Jumlah Sampel Menurut Modal Usahatani Petani Mangga

Berdasarkan Gambar 7 dapat dijelaskan untuk petani menjual mangga dengan dikemas modal usahatani terbesar adalah >20 Juta sejumlah 7 orang dengan prosentase sebesar 36,84%, kelompok terbesar kedua 10-20 juta sejumlah 7 orang dengan prosentase 36,84% dan sisanya adalah kelompok modal kecil < 10 juta sejumlah 5 orang dengan prosentase sebesar 26,32%. Petani menjual mangga dengan dikemas cenderung memiliki modal besar karena usahatani mangga memang membutuhkan biaya yang besar.

Modal usahatani untuk petani menjual mangga dengan tidak dikemas kelompok modal usahatani terbesar adalah >20 Juta sejumlah 6 orang dengan prosentase sebesar 46,15%, kelompok terbesar kedua 10-20 Juta sejumlah 4 orang dengan prosentase sebesar 30,78% dan sisanya adalah kelompok modal kecil < 10 Juta sejumlah 3 orang dengan prosentase sebesar 23,07%.

Harga (X6)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi harga mangga di Kecamatan Besuki sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah, 2019.

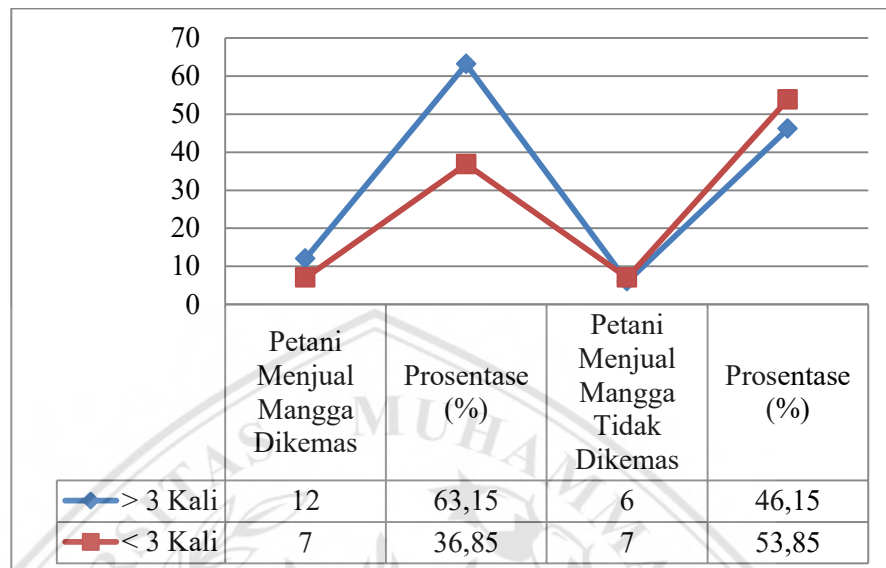
Gambar 8. Diagram Jumlah Sampel Menurut Harga Petani Mangga

Berdasarkan Gambar 8 dapat dijelaskan bahwa tingkat harga petani yang menjual mangga dikemas lebih tinggi dibandingkan dengan harga petani yang menjual mangga tidak dikemas. Petani yang menjual dikemas harga jual mangganya prosentase terbesar adalah > 15 Rb sejumlah 10 orang dengan prosentase 52,63%, kelompok harga terbesar kedua adalah 10-15 Rb sejumlah 9 orang dengan prosentase 47,37%, kelompok harga terkecil adalah golongan pendapatan < 10 Rb sejumlah 0 orang dengan prosentase 0%. Jadi rata-rata harga pada petani yang menjual dikemas sebesar > 15 Rb.

Harga jual mangga khususnya petani yang menjual mangga tidak dikemas lebih rendah dibandingkan dengan harga jual mangga petani yang menjual secara dikemas ini dapat dilihat pada Tabel 4.9 pendapatan yang prosentase terbesar adalah < 10 Rb sejumlah 7 orang dengan prosentase sebesar 53,84%, kelompok harga terbesar kedua adalah 10-15 Rb sejumlah 4 orang dengan prosentase 30,76%, kelompok harga terkecil adalah golongan pendapatan < 10 Rb sejumlah 2 orang dengan prosentase 15,40%.

Peran Penyuluhan (X7)

Dari hasil penelitian didapatkan distribusi sampel petani mangga menurut peran penyuluhan di Kecamatan Besuki adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah, 2019.

Gambar 9. Diagram Jumlah Sampel Menurut Peran Penyuluhan Petani Mangga

Berdasarkan Gambar 9 dapat dijelaskan bahwa pada petani yang menjual mangga secara dikemas mendapatkan peran penyuluhan terbesar adalah sebanyak 12 orang dengan prosentase sebesar 63,15%, dan untuk yang mendapatkan peran penyuluhan terbesar kedua sebanyak 7 orang dengan prosentase 36,85%.

Peran penyuluhan untuk petani yang menjual mangga tidak dikemas yang mendapatkan peran penyuluhan terbesar adalah sebanyak 7 orang dengan prosentase sebesar 53,85%, kelompok kedua petani yang mendapatkan peran penyuluhan sedikit sebanyak 6 orang dengan prosentase sebesar 46,15%.

Analisis Faktor-faktor Keputusan Petani Dalam Menjual Mangga

Sebelum membahas hasil analisis regresi logistic, terlebih dahulu akan diuraikan karakteristik demografi petani mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

Distribusi Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi petani mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Distribusi Karakteristik Demografi

Karakteristik	Nilai
Usia (min-max)	34-60 tahun
Pendidikan	
• SD	4 (12.5%)
• SLTP	5 (15.6%)
• SLTA	14 (43.8%)
• Perguruan Tinggi	9 (28.1%)
Tanggungan Keluarga (min-max)	2-5 orang
Pengalaman Usahatani (min-max)	4-20 tahun
Luas Lahan (min-max)	0.5 – 3 ha
Modal (min-max)	5juta – 80juta

Sumber: Data Primer diolah, 2019.

Berdasarkan data karakteristik demografi diketahui bahwa usia petani mangga berkisar 34-60 tahun dengan tingkat pendidikan paling banyak adalah SLTA (43.8%). Para petani memiliki jumlah tanggungan keluarga antara 2-5 orang. Lama usahatani yang sudah dijalani bervariasi diantaranya 4-20 tahun dengan kepemilikan luas lahan tertinggi adalah 3 ha dan terendah 0.5. Semakin besar lahan maka modal yang harus dikeluarkan juga banyak yaitu antara 5 jta hingga 80 juta rupiah.

Regresi Logistik

Untuk menjawab tujuan penelitian ini digunakan analisis regresi logistik. Regresi logistik merupakan suatu alat statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas berskala numerik atau kategorik (dummy) terhadap variabel terikat yang berskala nominal (biner) yaitu 0 dan 1. Dalam penelitian ini, semua variabel bebas yaitu pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman usahatani, luas lahan, harga mangga per kg, modal usahatani dan peran penyuluhan berskala kategorik nominal. Hasil analisis regresi yang diperoleh diuraikan sebagai berikut:

Pengujian Kelayakan Model Regresi

Pengujian kelayakan model regresi dilakukan agar hasil yang didapatkan dapat digunakan / layak dijadikan model prediksi. Pengujian kelayakan model dilakukan dengan menggunakan 3 macam uji yaitu perbandingan -2 log likelihood, uji Omnibus, uji Hosmer dan Lemeshow.

Perbandingan -2 Log Likelihood

Perbandingan nilai -2 *log likelihood* dilakukan dengan membandingkan nilai -2 *log likelihood* pada model yang hanya melibatkan konstanta (block 0) dengan nilai -2 *log likelihood* pada model yang melibatkan konstanta dan variabel bebas (block 1). Jika nilai -2 *log likelihood* pada model yang melibatkan konstanta dan variabel bebas (block 1) lebih kecil dari nilai -2 *log likelihood* pada model yang hanya melibatkan konstanta (block 0) menunjukkan bahwa model dengan melibatkan variabel bebas lebih baik daripada model tanpa melibatkan variabel bebas. Hasil perbandingan -2 *log likelihood* adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Perbandingan -2 Log Likelihood

-2 Log Likelihood		
Block 0 Konstanta	Block 1 Konstanta + Variabel Bebas	Keputusan
43,230	27,734	Model Layak

Sumber: Hasil Regresi SPSS, 2019.

Nilai -2 *log likelihood* pada model dengan melibatkan variabel bebas (27,734) lebih kecil dari model tanpa melibatkan variabel bebas (43,230). Hal ini menunjukkan bahwa penambahan variabel bebas pada model regresi adalah lebih baik dari pada tanpa variabel bebas sehingga model yang digunakan adalah layak.

Uji Omnibus

Uji omnibus dapat diartikan sebagai uji serempak atau simultan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama terdapat pengaruh yang nyata dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan selisih nilai -2 *log likelihood* (disebut dengan *chi square* hitung) dengan *chi square* tabel, di mana apabila nilai *chi square* hitung lebih besar dari nilai *chi square* tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 5% ($\alpha=0,05$) maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata secara simultan atau bersama-sama.

Tabel 7. Hasil Uji Omnibus

χ^2 hitung	Signifikansi	χ^2 tabel (0,05;3)	Keterangan
15,496	0,001	7,814	Berpengaruh

Sumber: Hasil Regresi SPSS, 2019.

Nilai *chi-square* hitung yang didapatkan adalah 15,496 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai *chi-square* hitung lebih besar dari *chi-square* tabel ($15,496 > 7,814$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari alpha 5% ($0,001 < 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa model dengan mengikutsertakan variabel bebas adalah lebih baik dan dapat digunakan dalam model atau dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata secara simultan atau bersama-sama variabel pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman usahatani, luas lahan, harga mangga per kg, modal usahatani dan peran penyuluhan terhadap keputusan petani dalam menjual mangga secara dikemas.

Uji Hosmer dan Lemeshow

Uji hosmer dan lemeshow digunakan untuk menguji apakah data prediksi dan data observasi adalah sama, atau dengan kata lain pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan mampu untuk memprediksi dengan baik atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *chi square* hitung dengan *chi square* tabel, di mana apabila nilai *chi square* hitung lebih kecil dari nilai *chi square* tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari alpha maka dapat dikatakan bahwa model yang terbentuk mampu untuk memprediksi data observasi dengan baik (tidak ada perbedaan data prediksi dengan data observasi).

Tabel 8. Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow

χ^2 hitung	Signifikansi	χ^2 tabel (0,05;7)	Keterangan
3,893	0,565	14,067	Non signifikan

Sumber: Hasil Regresi SPSS, 2019.

Nilai *chi square* hitung yang didapatkan adalah 3,893 dengan nilai signifikansi sebesar 0,565. Karena nilai *chi square* hitung lebih kecil dari nilai *chi square* tabel ($3,893 < 14,067$) dan nilai signifikansi lebih besar dari alpha 5% ($0,565 > 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan memiliki probabilitas prediksi yang sama dengan probabilitas yang diamati atau model yang terbentuk mampu untuk memprediksi data observasi dengan baik dan model tersebut layak digunakan.

Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan uji kelayakan pada model dan disimplkan bahwa model layak untuk dijadikan model prediksi maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis yang menggunakan dasar *chi square* dimana apabila nilai statistik Wald lebih besar dari nilai *chi square* tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 5% maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam pengujian hipotesis digunakan metode *Backward Elimination* dengan cara memasukkan semua prediktor kemudian mengeliminasi satu persatu hingga tersisa prediktor yang signifikan saja. Model akhir yang diperoleh merupakan model terbaik yang dihasilkan oleh *software*. Selain itu dalam interpretasi regresi logistik menggunakan *Odds Ratio* (OR) dengan rumus $\exp(B)$. Hasil pengujian hipotesis yang diperoleh dari output adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesis

	Koefisien B	Exp (B)	Wald	Sig	Keterangan
Harga Mangga(1)	2,289	9,869	4,349	0,037	Berpengaruh
Modal Usahatani(1)	2,307	10,042	4,530	0,033	Berpengaruh
Peran Penyuluhan(1)	2,174	8,792	4,376	0,036	Berpengaruh
Constant	-3,741				

Sumber: Hasil Regresi SPSS, 2019.

Dengan menggunakan metode backward diperoleh hasil akhir model terbaik yaitu melibatkan variabel harga mangga per kg, modal usaha tani, dan peran penyuluhan. Sedangkan variabel pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, luas lahan dan pengalaman usahatani tereliminasi dari model prediksi. Model akhir regresi logistik yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\ln \frac{p}{1+p} = -3,741 + 2,289 \text{ Harga Mangga } (> 10 \text{ ribu per kg}) \\ + 2,307 \text{ Modal } (> 10 \text{ juta}) + 2,174 \text{ Penyuluhan } (> 3 \text{ kali})$$

- **Harga** dalam berusahatani sangat mempengaruhi seorang petani dalam mengambil keputusan untuk mengemas atau dijual secara langsung hasil panennya, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh petani dan keluarganya. Baik untuk modal berusahatani kembali maupun untuk

mencukupi kebutuhan hidupnya. Variabel Harga Mangga (>10 ribu/kg) memiliki nilai Wald (4,349) lebih besar dari nilai Chi Square (3,841) dan signifikansi (0,037) lebih kecil dari alpha 5% (0,050) maka dapat dikatakan bahwa variabel Harga Mangga (>10 ribu/kg) berpengaruh yang nyata terhadap keputusan petani menjual mangga dengan dikemas. Besarnya OR yang diperoleh adalah $\exp(2,289) = 9,869$ memiliki arti bahwa kemungkinan/peluang petani untuk menjual mangga secara dikemas jika harga jual >10 ribu/kg adalah 9,869 kali lipat dibandingkan dengan harga jual <10 ribu/kg.

- **Modal usaha** dalam usahatani mempengaruhi seorang petani dalam mengambil keputusan berusahatani, semakin banyak modal yang dimiliki oleh petani maka semakin besar keputusan petani untuk mengembangkan usahatannya. Variabel Modal Usaha (>10 juta) memiliki nilai Wald (4,530) lebih besar dari nilai Chi Square (3,841) dan signifikansi (0,033) lebih kecil dari alpha 5% (0,050) maka dapat dikatakan bahwa Variabel Modal Usaha (>10 juta) berpengaruh yang nyata terhadap keputusan petani menjual mangga dengan dikemas. Besarnya OR yang diperoleh adalah $\exp(2,307) = 10,042$ memiliki arti bahwa kemungkinan/peluang petani untuk menjual mangga secara dikemas jika modal usaha >10 juta adalah 10,042 kali lipat dibandingkan dengan modal usaha <10 juta.
- **Peran penyuluhan** merupakan hal penting bagi petani untuk mendapatkan informasi dalam mentransfer teknologi kepada para petani. Variabel Peran Penyuluhan (>3 kali) memiliki nilai Wald (4,376) lebih besar dari nilai Chi Square (3,841) dan signifikansi (0,036) lebih kecil dari alpha 5% (0,050) maka dapat dikatakan bahwa Variabel Peran Penyuluhan (>3 kali) berpengaruh yang nyata terhadap keputusan petani menjual mangga dengan dikemas. Besarnya OR yang diperoleh adalah $\exp(2,174) = 8,792$ memiliki arti bahwa kemungkinan/peluang petani untuk menjual mangga secara dikemas jika peran penyuluhan >3 kali adalah 8,792 kali lipat dibandingkan dengan peran penyuluhan <3 kali.

Koefisien Determinasi *Nagelkerke R²*

Nilai koefisien determinasi *Nagelkerke R²* dalam regresi logistik digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel-variabel bebas dalam memprediksi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1 dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Berdasarkan hasil output diperoleh nilai *Nagelkerke R²* (0,518) menunjukkan bahwa variabel bebas yang termasuk dalam model mampu memprediksi variabel dependen sebesar 51,8% dan sisanya 48,2% dijelaskan oleh faktor atau variabel bebas lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai analisis keputusan petani dalam sistem penjualan mangga di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sistem pemasaran mangga yang telah dilakukan oleh para petani mangga dikecamatan besuki yaitu dari produsen (petani) sampai ke konsumen, banyak ditemukan pelaku pasar (lembaga pemasaran) terdiri atas Pedagang Besar (*Wholesaler*), Pengumpul Lokal (Penebas), Pedagang Pasar Induk (*Agent*), Suplayer (*Supplier*), Pedagang Pasar Tradisional, Toko/Kios buah (*Store retailer*), Pasar Moderen (*Supermarket*), dan Ekspor (*Export*).
2. Faktor-Faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi keputusan petani menjual mangga dengan dikemas adalah Harga, Modal usaha, dan Peran penyuluhan. Sedangkan Luas lahan, Pendidikan, Jumlah tanggungan, dan Pengalaman usahatani tidak berpengaruh terhadap keputusan petani untuk menjual mangga dengan dikemas.

Saran

1. Petani yang masih melakukan sistem penjualan mangga dengan tidak dikemas mulai memikirkan untuk melakukan proses pengemasan sebelum mangganya dipasarkan atau bergabung dengan pihak pedagang besar dalam sistem pemasaran mangga.
2. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan hendaknya lebih memperhatikan nasib petani terutama petani yang menjual mangganya dengan tidak dikemas, dengan memberikan penyuluhan atau informasi untuk menjual mangganya dengan dikemas, dengan adanya peran penyuluhan yang baik maka kecenderungan petani untuk menjual mangga dikemas semakin besar karena mereka merasa memperoleh dukungan dari pihak pemerintah serta dengan adanya penyuluhan diharapkan mampu mentranfer teknologi sehingga dapat mengatasi kesulitan yang dihadapi petani saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Anandita, R. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Arifin, B. (2004). Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia. Penerbit Buku Kompas. Jakarta.
- Asis Marwan, Chotimah, dan dkk .1996. Faktor Sosial Ekonomi Pertanian. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. Produksi Mangga Nasional Tahun 2008-2012. Jakarta (ID): BPS. [Diunduh 30 Juli 2013]. Tersedia pada: <http://www.bps.go.id>.
- Baro'atun, Chasanah. 2005. Studi Keputusan Petani Produsen Meninggalkan Usahatani Tanaman Apel Sebagai Komoditas Unggulan. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Islam Malang.
- Cochran, WG. 1953. Sampling Techniques. 2d ed. New York: John Wiley and Sons, inc.
- Dinas Pertanian. 2010. Evaluasi Kinerja Peningkatan Holtikultura . Jakarta (ID): Diperta.
- Demaris. 1992. Metode Analisis Data. Rinika Cipta, Jakarta.
- Elvi, zuriani 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Melakukan Alih Fungsi Lahan Pertanian Ke Lahan Non Pertanian. Jurnal Penelitian Agribisnis, Volume 74, No.2, May 2012 Universitas Diponegoro Semarang.
- Ekawati, S. 2008. Analisis Pemasaran Mangga (*Mangifera indica* L.) Di Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu. Skripsi Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/ Agribisnis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Elis , dan Soemaon .1998. Teori Pengambilan Keputusan. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Gittinger, J. Price. 1982. *Economic Analysis of Agricultural Projects*. Jakarta: University of Indonesia Press (UI-Press).
- Hermanto, Fadholi.1989. Ilmu Usahatani. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi. 1997. Mimbar Sosek. Jurnal of Agricultural and Resource Sosial Economics. Volume 10. Number 3. Agust. 1997. ISSN: 0215-8434.
- Kementrian Pertanian. 2012. Laporan Kinerja Kementrian Pertanian 2011. Jakarta (ID): Kementan.
- Kementrian Pertanian. 2010. Vadamekum Mangga. Jakarta (ID): Kementan.
- Kotler, P. 1992. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Erlangga. Jakarta.
- Landis, John, D. 1995. *Imgining Land Use Futures: Applying The California Urban Futures*. Model. Jurnal Of America Planning Association (AIP) ISSN: 0194-4363 Vol: 61 Iss: 4 Date Autumn 1995 p:438-457.
- Mosher , dan Soekartawi .1987. Dasar Pengambilan Teori Keputusan. Penerbit Swadaya. Jakarta.

- Mohammad Sifa. 2013. Mangga Situbondo Tembus 5 Negara -
Tribunnews.com.htm.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo 1999:146. Metode Pengumpulan Data.
Rajawali, Jakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2012. Statistik Makro Sektor Pertanian.
Vol 4(2). Jakarta (ID): Pusdatin Kementan.
- Rani Andriani 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga
dalam Pemilihan Pasar di Kabupaten Indramayu. Jurnal Penyuluhan,
September 2019, Vol. 15 No. 2. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Padjadjaran.
- Ratna Komala, Dewi, Dan Sudiartini. 2006. Faktor Sosial Ekonomi Yang
Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Dalam Sistem Penjualan
Sayuran. Jurnal Penelitian Agro Ekonomi (FAE) Vol. 15 No. 2. Universitas
Udayana.
- Siskos, Y. Et.al. 1994 *Multiobjective Modelling For Regional Agricultural Planning:
Case Study In Tunisia*. Journal: Tax Adviser (TAD) ISSN: 0039-9957 Vol.:
25 Iss: 6 Date Jun 1994 p: 368-374.
- Swastha dan Sukotjo. 2000. Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi
Perusahaan Modern). Liberty. Yogyakarta.
- Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi). Raja
Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Suharsimi Arikunto. 2010:134. Teori Sampel Dan Sampling Penelitian. Rinika Cipta,
Jakarta.
- Stanton, W.S. 1993. Prinsip Pemasaran Jilid 2. (Diterjemahkan oleh: Sadu Sundaru).
Erlangga. Jakarta.
- Tsakok, I. 1990. *Agricultural Price A- practitiner's guide to partial-Equilibrium
analysis*. Ithaca and London: Cornell University Press.

Lampiran 1. Draf Kuisioner untuk Penelitian



QUESTIONER TESIS
PROGRAM STUDI PASCASARJANA
MAGISTER AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

1. Nomor kuisioner :
2. Karakteristik Responden :
 - a. Nama :
 - b. Desa :
 - c. Umur / Usia :
 - d. Pendidikan :
 - e. Jumlah Keluarga :
 - f. Tanggal Wawancara :
 - g. Sistem Penjualan : Petani Menjual dikemas / Petani Menjual Tidak dikemas (Dicoret)

3. Struktur Rumah Tangga Petani

No	Anggota Keluarga	Umur (Tahun)		Pendidikan	Pekerjaan	
		L	P		Utama	Sampingan
1						
2						
3						
4						
5						
6						

4. Pemilikan Lahan Pertanian

No	Tipe lahan	Status lahan (√)		Luas lahan (Ha)	Pengalaman usahatani (Thn)	Modal yang di butuhkan (Rp)
		Milik pribadi	Sewa			
1	Sawah irigasi					
2	Sawah tadah hujan					
3	Tegal					
4	Kebun					
5	Pekarangan					
6					

5. Pelaksanaan Usahatani Mangga

1. Petani Menjual Mangganya Secara dikemas :
 - a. Apa alasan bapak melakukan proses pengemasan mangga sebelum mangga di pasarkan ?
.....
.....
.....

b. Mangga yang melalui proses pengemasan di pasarkan kemana ?

.....
.....
.....

c. Berapa harga mangga yang sudah di kemas per Kg ?

.....
.....
.....

d. Hambatan-hambatan apa saja yang mempengaruhi proses pemasaran mangga?

.....
.....
.....

2. Petani Menjual Mangganya Secara Tidak dikemas:

a. Apa alasan bapak tidak melakukan proses pengemasan mangga sebelum mangga dipasarkan ?

.....
.....
.....

b. Mangga yang tidak melalui proses pengemasan di pasarkan kemana ?

.....
.....
.....

c. Berapa harga mangga yang tidak di kemas per Kg ?

.....
.....
.....

d. Hambatan-hambatan apa saja yang mempengaruhi proses pemasaran mangga?

.....
.....
.....

3. Apakah ada petugas yang memberikan penyuluhan ?

Siapa :
.....

Dari mana :
.....

Berapa kali dalam sebulan :
.....

Lampiran 3. Hasil Analisis Regresi Logistic Menggunakan SPSS

Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PT	9	28.1	28.1	28.1
SD	4	12.5	12.5	40.6
SLTA	14	43.8	43.8	84.4
SLTP	5	15.6	15.6	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Usia	32	34.00	60.00	46.1562	5.98983
TanggunganKeluar ga	32	2.00	5.00	3.3750	1.09985
Pengalaman	32	4.00	20.00	8.9688	4.42489
LuasLahanPetani	32	.50	3.00	1.1406	.68667
HargaJual	32	7000.00	25000.00	15250.0000	5633.99818
Modal	32	5000000.00	80000000.00	20125000.00 00	14553017.6451 7
Penyuluhan	32	1.00	5.00	2.8438	1.11034
Valid N (listwise)	32				

Case Processing Summary

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	32	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	32	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		32	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

**Dependent Variable
Encoding**

Original Value	Internal Value
Tidak dikemas	0
Dikemas	1

Categorical Variables Codings

		Frequency	Parameter coding (1)
PeranPenyuluhan	<3 Kali	12	.000
	>3 Kali	20	1.000
JumlahTanggungan	<12 tahun	11	.000
	>12 tahun	21	1.000
PengalamanUsahatani	<3 orang	15	.000
	>3 orang	17	1.000
LuasLahan	<7 tahun	10	.000
	>7 tahun	22	1.000
HargaMangga	<10 juta	10	.000
	>10 juta	22	1.000
ModalUsahatani	<10 Ribu/Kg	13	.000
	>10 Ribu/Kg	19	1.000
	>10 Ribu/Kg	19	1.000
Pendidikan	<1 Ha	9	.000
	>1 Ha	23	1.000

Iteration History^{a,b,c}

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients
		Constant
Step 0	1	43.230
	2	43.230
	3	43.230

- a. Constant is included in the model.
b. Initial -2 Log Likelihood: 43.230
c. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than .001.

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	21.178 ^a	.498	.672
2	22.450 ^b	.478	.645
3	23.584 ^b	.459	.619
4	25.687 ^c	.422	.570
5	27.734 ^c	.384	.518

a. Estimation terminated at iteration number 7 because parameter estimates changed by less than .001.

b. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than .001.

c. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	22.052	7	.002
	Block	22.052	7	.002
	Model	22.052	7	.002
Step 2 ^a	Step	-1.273	1	.259
	Block	20.779	6	.002
	Model	20.779	6	.002
Step 3 ^a	Step	-1.134	1	.287
	Block	19.646	5	.001
	Model	19.646	5	.001
Step 4 ^a	Step	-2.103	1	.147
	Block	17.543	4	.002
	Model	17.543	4	.002
Step 5 ^a	Step	-2.047	1	.153
	Block	15.496	3	.001
	Model	15.496	3	.001

a. A negative Chi-squares value indicates that the Chi-squares value has decreased from the previous step.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	5.901	8	.658
2	8.092	8	.425
3	7.963	8	.437
4	3.237	7	.862
5	3.892	5	.565

Variables in the Equation

								95% C.I.for EXP(B)	
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Lower	Upper
Step 1 ^a	Pendidikan(1)	-1.959	1.951	1.008	1	.315	.141	.003	6.452
	JumlahTanggungan(1)	-5.686	3.455	2.708	1	.100	.003	.000	2.962
	PengalamanUsahatani(1)	3.897	2.827	1.901	1	.168	49.245	.193	12543.014
	LuasLahan(1)	1.700	1.592	1.141	1	.286	5.473	.242	123.903
	HargaMangga(1)	3.518	1.571	5.015	1	.025	33.729	1.551	733.405
	ModalUsahatani(1)	3.427	1.774	3.733	1	.053	30.797	.952	996.373
	PeranPenyuluhan(1)	1.573	1.246	1.594	1	.207	4.823	.419	55.471
	Constant	-2.798	2.152	1.690	1	.194	.061		
Step 2 ^a	Pendidikan(1)	-1.553	1.575	.973	1	.324	.212	.010	4.632
	JumlahTanggungan(1)	-3.961	2.427	2.664	1	.103	.019	.000	2.217
	PengalamanUsahatani(1)	3.169	2.315	1.875	1	.171	23.792	.255	2222.111
	HargaMangga(1)	3.305	1.449	5.205	1	.023	27.246	1.593	466.006
	ModalUsahatani(1)	2.791	1.391	4.029	1	.045	16.304	1.068	248.917
	PeranPenyuluhan(1)	1.534	1.224	1.572	1	.210	4.637	.421	51.023
	Constant	-2.227	1.835	1.473	1	.225	.108		
	Step 3 ^a	JumlahTanggungan(1)	-3.583	2.062	3.019	1	.082	.028	.000
PengalamanUsahatani(1)		2.424	1.797	1.821	1	.177	11.296	.334	382.185
HargaMangga(1)		3.131	1.388	5.089	1	.024	22.888	1.508	347.386
ModalUsahatani(1)		2.837	1.370	4.287	1	.038	17.071	1.164	250.455
PeranPenyuluhan(1)		1.855	1.148	2.610	1	.106	6.389	.673	60.624
Constant		-3.431	1.665	4.247	1	.039	.032		
Step 4 ^a	JumlahTanggungan(1)	-1.541	1.147	1.806	1	.179	.214	.023	2.027
	HargaMangga(1)	2.803	1.262	4.935	1	.026	16.498	1.391	195.665
	ModalUsahatani(1)	2.675	1.170	5.226	1	.022	14.509	1.465	143.742
	PeranPenyuluhan(1)	2.162	1.077	4.031	1	.045	8.692	1.053	71.764
	Constant	-3.340	1.552	4.630	1	.031	.035		
Step 5 ^a	HargaMangga(1)	2.289	1.098	4.349	1	.037	9.869	1.148	84.855
	ModalUsahatani(1)	2.307	1.084	4.530	1	.033	10.042	1.200	84.001
	PeranPenyuluhan(1)	2.174	1.039	4.376	1	.036	8.792	1.147	67.386
	Constant	-3.741	1.502	6.202	1	.013	.024		

a. Variable(s) entered on step 1: Pendidikan, JumlahTanggungan, PengalamanUsahatani, LuasLahan, HargaMangga, ModalUsahatani, PeranPenyuluhan.

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian (Petani Yang Menjual Mangga Dengan Dikemas)



Ket: Mangga Yang Telah Dipanen Akan di Sortasi Terlebih Dahulu Sebelum Dikemas



Ket: Kotak Untuk Mengemas Mangga



Ket: Proses Pengemasan Mangga di Sesuaikan Dengan Grade Sudah di Pilah



Ket: Mangga Yang Sudah Selesai Dikemas



Ket: Proses Pengangkutan Mangga Ke Mobil



Ket: Kotak Mangga Dipindahkan Ke Truk Poso dan Sudah Siap Untuk di Kirim Ke Pasar Induk